

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha N Max di Tulungagung

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh hasil bahwa variabel citra merek (*Brand Image*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menandakan apabila citra merek di mata konsumen semakin tinggi maka akan mempengaruhi tingginya keputusan pembelian tersebut begitu pula sebaliknya. Konsumen dalam membeli dan mengkonsumsi sesuatu bukan hanya mengharapkan sekedar barang saja, akan tetapi ada sesuatu yang lain.

Menurut Etta dan Sopiah¹, mengatakan bahwasanya terdapat indikator-indikator yang mempengaruhi citra merek dalam pada sebuah produk. Antara lain meliputi keuntungan atau keunggulan dari merek, kekuatan dari merek, dan keunikan dari merek itu sendiri. Para pemilik merek yang sangat berkepentingan dengan citra merek (*brand image*), harus selalu mengembangkan identitas merek. Agar mempunyai citra merek yang kuat perlu diperhatikan konsistensi dalam mengomunikasikan kepribadian merek yang sesuai dengan penempatan posisinya. Jadi merek bukan saja

¹ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen.....*, Hal. 331.

mewakili sebuah produk atau jasa, tapi juga mewakili citra organisasi secara keseluruhan.

Citra merek yang sudah dibangun oleh Yamaha N Max di Tulungagung melekat dibenak konsumen sebagai motor irit, unik, desain modern, sepeda motor berkelas dan terkenal. Oleh karena itu, pihak Yamaha N Max, sebaiknya mempertahankan kualitas atribut-atribut citra merek Yamaha N Max di Tulungagung yang telah ada saat ini. Karena citra merek yang telah ada dinilai mampu mempengaruhi konsumen untuk tertarik dengan sepeda motor Yamaha N Max sehingga berujung dengan keputusan pembelian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator dalam citra merek tersebut memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan tanggapan responden yang sudah dijelaskan, maka disimpulkan bahwa citra merek kuat mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian.

Hasil ini mendukung dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zainul yang menguji pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian dengan hasil bahwa variabel citra merek pada sebuah produk secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian.²

² Zainul, *Pengaruh Citra.....*, Vol. 56, No. 1.

B. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha N Max di Tulungagung

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh hasil bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menandakan apabila kualitas produk semakin baik maka akan mempengaruhi tingginya keputusan pembelian dan begitu pula sebaliknya.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Menurut David Garvin yang dikutip Vincent Gasperz, untuk menentukan dimensi kualitas barang,³ dapat melalui delapan dimensi yaitu *performance, features, reliability, durability, serviceability, aesthetics, fit and finish*. Menurut Eddy Soeryanto, kualitas produk dan harga berhubungan dengan konsumen dalam mempertimbangkan keputusan untuk membeli barang tersebut atau tidak.⁴ Dimana harga akan mempengaruhi kemungkinan konsumen untuk memutuskan memilih barang yang akan dia beli berdasarkan faktor kualitas produk.

Apabila harga dan kualitas seimbang, maka konsumen akan membeli produk tersebut. Kualitas dari suatu produk sangat dipengaruhi oleh pandangan para konsumen. Di samping itu keberhasilan perusahaan dalam persaingan sangat ditentukan oleh tingkat kualitas produk yang dihasilkan dan di pasarkan, yang mempengaruhi posisi produk di pasar. Hal ini

³ Thoby Mutis dan Vincent Gasperz, *Nuansa Menuju.....*, hal. 88.

⁴ Soeryanto Eddy, *Marketin.....*, hal. 58.

terbukti bahwa jika kualitas dari suatu produk yang baik akan membuat konsumen menjadi puas akan kebutuhannya, karena konsumen juga akan memutuskan pembelian terhadap merek yang berkualitas tinggi.

Disini Yamaha N Max ingin memuaskan para konsumen dengan menawarkan kualitas produk yang baik, karena kualitas produk yang baik dapat diukur melalui puas tidaknya seseorang terhadap suatu produk itu sendiri, oleh karena itu pihak perusahaan Yamaha N Max di Tulungagung ingin membuat konsumen selalu tertarik dengan keputusan pembelian produk tersebut dengan meningkatkan kualitas produk.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong konsumen untuk memutuskan pembelian terhadap suatu produk atau merek. Pengaruh positif ini nampak pada sebagian besar pernyataan konsumen dan pengguna sepeda motor Yamaha N Max di Tulungagung yang menyatakan bahwa mereka memilih memutuskan pembelian terhadap sepeda motor Yamaha N Max karena menurut mereka kualitas produk, konsumsi bahan bakar yang irit, tahan lama, bergaransi dan memiliki body yang menarik perhatian serta sesuai dengan yang telah ditetapkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator dalam kualitas produk tersebut memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan tanggapan responden yang sudah dijelaskan, maka disimpulkan bahwa kualitas produk mempengaruhi konsumen cukup

kuat dalam keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N Max di Tulungagung.

Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Anzaruddin⁵ yang menguji pengaruh persepsi harga, promosi, desain produk dan kualitas kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic (Studi pada Yamaha Mataram Sakti Semarang), dengan hasil analisis yaitu kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

C. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha N Max di Tulungagung

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwasannya variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yang artinya dimana harga semakin tinggi keputusan pembelian semakin meningkat. Hal ini diimbangi dengan spesifikasi dan kualitas produk yang sesuai dengan harga yang ditawarkan.

Menurut Philip Kotler dan Amstrong⁶ indikator sebuah harga dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli atau menilai sebuah produk ialah berdasarkan faktor – faktor yang meliputi, keterjangkauan harga, daya saing harga dan kesesuaian harga dan manfaat. Oleh karena itu,

⁵ Anzarudin, *Analisis Pengaruh Persepsi.....*, Vol. 6, No. 1.

⁶ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip – Prinsip.....*, hal.63.

dalam menentukan harga suatu produk, perusahaan dituntut untuk memberikan kualitas barang sesuai dengan ekspektasi dan realita yang diharapkan konsumen. Hal ini berguna untuk meningkatkan kepercayaan konsumen untuk memutuskan pembelian pada produk tersebut.

Penetapan harga secara psikologis dapat dipandang berbeda oleh tiap pribadi tinggal bagaimana penjual bisa membawa diri dan dengan penjelasan tertentu akhirnya pelanggan membeli. Peranan harga juga dapat meningkatkan dan menjaga posisi pasar, karena harga termasuk faktor yang dapat mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam memutuskan pembelian terhadap suatu produk. Kesesuaian harga dengan kualitas dan spesifikasi yang diberikan berhubungan dengan tingkat daya tarik konsumen untuk membeli sebuah produk tersebut dan juga sebaliknya apabila spesifikasi barang dengan harga tidak sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Apabila itu terjadi, maka konsumen akan cenderung kecewa dan minat untuk membeli produk tersebut menurun.

Dalam kaitannya dengan harga sepeda motor Yamaha N Max berusaha untuk memberikan penawaran harga yang disesuaikan dengan kualitas produk yang diberikan. Hal ini bertujuan untuk menjaga kepercayaan konsumen dalam memutuskan pembelian sepeda motor Yamaha N Max. Persaingan harga di pasar yang sengit pun menjadi acuan sepeda motor Yamaha N Max untuk terus menjaga kesesuaian harga dengan produk yang diberikan.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa harga merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong konsumen untuk memutuskan pembelian terhadap suatu produk atau merek. Pengaruh positif ini nampak pada sebagian besar pernyataan konsumen dan pengguna sepeda motor Yamaha N Max di Tulungagung yang menyatakan bahwa mereka memilih memutuskan pembelian terhadap sepeda motor Yamaha N Max karena menurut mereka kualitas produk, harga, dan *efisiensi* produk sesuai dengan kebutuhan mereka sehari-hari.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator dalam harga tersebut memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan tanggapan responden yang sudah dijelaskan, maka disimpulkan bahwa harga mempengaruhi konsumen cukup kuat dalam keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N Max di Tulungagung.

Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Arlin Ferlina⁷ yang menguji pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, dengan hasil analisis yaitu harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

⁷ Arlin Ferlina, *Pengaruh Kualitas*, Vol. 17, No. 2.

D. Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*), Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha N Max di Tulungagung

Dari hasil uji F dapat diketahui bahwa secara simultan variabel citra merek (*Brand Image*), kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Dari fakta tersebut dapat disimpulkan bahwa citra merek (*Brand Image*), kualitas produk dan harga mempengaruhi keputusan pembelian, karena besar kecilnya nilai signifikan citra merek (*Brand Image*), kualitas produk dan harga akan berpengaruh terhadap naik turunnya tingkat keputusan pembelian.

Keputusan konsumen adalah motif atau dorongan yang timbul terhadap sesuatu dimana pembeli melakukan pembelian disebabkan adanya kebutuhan dan keinginan. Keputusan pembelian dapat diartikan juga sebagai sekumpulan keputusan yang telah diputuskan dan fikirkan oleh konsumen sebelum mengambil langkah untuk membeli sebuah produk. Banyak faktor yang dapat melatarbelakangi munculnya keputusan pembelian oleh konsumen. Dimana konsumen sendiri sebelum menentukan pembelian biasanya disesuaikan dengan kebutuhan yang diperlukan. Hal ini bertujuan sebagai bahan pertimbangan untuk memutuskan pembelian selanjutnya. Citra merek (*Brand Image*), kualitas produk, dan harga tidak luput dari pertimbangan konsumen dan menentukan keputusan. Dikarenakan hal tersebut merupakan beberapa faktor yang memutuskan konsumen membeli suatu produk serta layak atau

tidaknya barang tersebut untuk dibeli. Jadi konsumen berhak menilai, mengukur, dan mempertimbangkan beberapa faktor pendukung yang dapat mempengaruhi keputusan pembeliannya.

Citra merek (*Brand Image*) yang buruk, kualitas produk yang tidak sesuai, harga yang tidak seimbang dengan apa yang didapatkan oleh konsumen maka akan membuat konsumen kecewa dan menurunkan tingkat kepercayaan terhadap perusahaan dan produk tersebut. Maka perusahaan terus mengupayakan agar variabel tersebut dapat sesuai dan dipertahankan untuk menjaga keputusan pembelian, pada produk sepeda motor Yamaha N Max di Tulungagung.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Arlin Ferlina yang menguji citra merek (*Brand Image*), kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dengan hasil analisis yaitu citra merek (*Brand Image*), kualitas produk dan harga secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.⁸

⁸ *Ibid.*,